



NOTA TÉCNICA 3

A campanha de Bolsonaro no Facebook: Antissistêmica e conservadora, pouco liberal e nada nacionalista

Pablo Ortellado e Márcio Moretto Ribeiro

25 de Setembro de 2018

Resumo: *Este relatório analisa os quarenta primeiros dias da campanha eleitoral de Jair Bolsonaro no Facebook, do dia 16 de agosto ao dia 25 de setembro de 2018. Reunimos todas as publicações da página oficial do candidato e todas as publicações das páginas mais relevantes que fazem propaganda pró-Bolsonaro e classificamos por tema o conteúdo daquelas publicações que tiveram maior número de compartilhamentos. A campanha parece estar sendo realizada mais pelas páginas de apoio do que pela página oficial do candidato (as páginas reuniram 38 milhões de compartilhamentos sendo apenas 3 milhões da página oficial). O levantamento mostra que apenas três temas dominaram as publicações mais compartilhadas, respondendo por mais de 80% das publicações temáticas (isto é, aquelas que não eram apenas apoio, simples propaganda do candidato ou lamentavam o atentado): **feminismo, antipetismo** (ou anti-esquerdismo) e **anti-Globo**. As questões que envolvem a mulher parecem ser uma obsessão da campanha, já que as mulheres constituem um dos principais grupos demográficos nos quais o candidato tem dificuldade em encontrar adesão. O antipetismo, às vezes ampliado para uma postura anti-esquerda ou anti-partidos políticos e as críticas à imprensa e à rede Globo em particular, têm forte conotação anti-establishment. Outros temas como armamentos, sexualização da infância, corrupção e punição a criminosos embora bastante presentes tiveram, proporcionalmente, muito menos compartilhamentos. Essa constatação é contraintuitiva e destoa do entendimento corrente de que a campanha de Bolsonaro é centrada no direito do porte de armas, na punição aos criminosos e no combate à corrupção (embora combate à corrupção e antipetismo tenham bastante intersecção). Além da concentração nos três temas mencionados acima, chama a atenção que, de maneira geral, os temas morais, como o papel das mulheres, o porte de armas, a punição a criminosos, a sexualização da infância e outras questões dessa natureza dominam a campanha; com exceção de menções pontuais à redução de impostos e da burocracia, praticamente não aparecem temas de política econômica ou políticas sociais. **A campanha de Bolsonaro é, assim, mais antissistêmica do que conservadora e muito mais conservadora do que liberal, no sentido econômico.** Chama também a atenção que apesar da simbologia nacionalista e do lema “Brasil acima de tudo”, não encontramos entre as publicações mais compartilhadas nenhuma que defenda pautas nacionalistas, seja numa chave anti-imigrante, seja numa chave de proteção dos empregos, da indústria ou da cultura brasileira.*

1 As publicações mais compartilhadas das páginas que apoiam Bolsonaro

Para este levantamento reunimos todas as publicações dos primeiros 40 dias de campanha de 115 páginas de grande alcance que estão promovendo a candidatura de Bolsonaro. Foram ao todo 41 mil publicações que geraram 38 milhões de compartilhamentos e 112 milhões de interações.

Ordenamos essas 41 mil publicações e classificamos por tema as 150 publicações mais compartilhadas que compõem uma amostra de 23% de todos os compartilhamentos (9 dos 38 milhões de compartilhamentos).

É preciso notar que o levantamento revela aquilo que foi *compartilhado* e não o que foi *produzido*. Em outras palavras, é possível que os produtores de conteúdo da campanha tenham enfatizado outros temas que não tiveram adesão – não investigamos aqui se houve um descompasso entre o que foi produzido e o que foi compartilhado. O que o estudo mostra, portanto, são os temas que geraram mais compartilhamento e tiveram mais alcance.

Acreditamos que a distribuição temática dessa amostra retrata o conjunto, mas fazemos a ressalva metodológica de que outros temas espalhados em publicações de menor alcance poderiam, somadas, ter maior número de compartilhamentos. Ainda que isso seja em tese possível, não conseguimos pensar em motivos pelos quais o padrão das maiores publicações fosse diferente das demais.

Tema	Compartilhamentos	Porcentagem
Antipetismo/Contra a esquerda/Antipartido	2 milhões	23%
Anti-Globo/Antimídia	1,3 milhão	15%
Feminismo/Mulheres	1,1 milhão	13%
Urna eletrônica	348 mil	4%
Corrupção	338 mil	4%
Sexualização da infância	305 mil	3%
Armamentos	229 mil	3%
Segurança/Punição a criminosos	200 mil	2%
Homofobia	88 mil	1%
Desburocratização	33 mil	0%

Tabela 1: Publicações temáticas das páginas que fazem campanha

Cerca de 45% dos compartilhamentos foram de publicações com simples declarações de apoio (como os vídeos de carreatas ou de Bolsonaro chegando nos aeroportos) ou simples mensagens de propaganda (“vote Bolsonaro 17”) ou ainda informes e votos de melhora ao candidato em função do atentado.

Outros 52% dos compartilhamentos foram sobre publicações dos três temas principais – antipetismo, anti-Globo e antifeminismo – que descrevemos com mais detalhe abaixo.

Em muito menor escala do que os três temas principais, destacam-se publicações sobre sexualização da infância (sobre o livro didático sobre sexualidade supostamente adotado nas escolas), uma declaração de Bolsonaro no hospital colocando em dúvida a confiabilidade das urnas eletrônicas, críticas ao estatuto do desarmamento, críticas genéricas à corrupção, defesa de punição mais dura aos criminosos e a afirmação de que Bolsonaro não é homofóbico (apenas se opõe à sexualização da infância).

Destacamos, por fim, que praticamente não há menção a pautas de política econômica ou de política social, com exceção de uma publicação com poucos compartilhamentos defendendo a desburocratização.

Chama também muito a atenção que não encontramos *nenhuma* publicação com pauta nacionalista, apesar de signos nacionalistas (cores verde e amarela, bandeira nacional) estarem por toda parte. A constatação é intrigante, porque a simbologia nacional é marcante e o nacionalismo está no lema da campanha.

1.1 Antipetismo/ Anti-esquerda/ Antipartido

O antipetismo e a rejeição à esquerda e aos partidos muitas vezes se confundem. Parte das publicações são críticas à candidatura de Lula, condenado em segunda instância e sua influência no PT. Mais recentemente as publicações tem se tornado anti-Haddad. Destacam-se também as publicações que tratam todos os demais partidos como “de esquerda”, publicações que denunciam que o autor do atentado contra Bolsonaro era de esquerda e publicações que buscam evidências de que a intolerância vem da esquerda e não da direita. Uma música com quase um milhão de visualizações descreve como não houve revide – bloqueios, manifestação, pneu queimado – após o atentado.

1.2 Anti-Globo/ Antimídia

Assim como nas entrevistas com os demais candidatos, os âncoras do Jornal Nacional foram duros com Bolsonaro. No Facebook, as páginas de apoio ao candidato enaltecem seu desempenho e responderam às críticas com memes. Diversos memes denunciaram a disparidade salarial entre homens e mulheres na Globo, como resposta à pergunta de Renata Vasconcelos sobre as posições de Bolsonaro sobre o tema. Outras publicações apontam que a rede Globo recebe dinheiro público de propaganda do governo e que, portanto, deve satisfação sobre como paga seus funcionários. Ainda sobre a Rede Globo, algumas postagens editaram o trecho da entrevista em que Bolsonaro lembra que a Globo apoiou o golpe militar em 1964. Por fim, algumas publicações sugerem que a grande mídia persegue o candidato por suas posições polêmicas. Em um vídeo com mais de um milhão de visualizações, o senador Magno Malta “expõe porque a mídia tradicional está desesperada diante de Bolsonaro”.

1.3 Feminismo

Além das respostas às críticas da âncora do Jornal Nacional, foi muito compartilhado o vídeo com a resposta de Bolsonaro às críticas de Marina no debate na Rede TV. Diversas publicações mostram vídeos de mulheres defendendo o candidato, numa tentativa de negar que o candidato é impopular entre o gênero feminino. Em um vídeo com mais de duas milhões de visualizações uma mulher negra com camiseta do candidato se volta para os “esquerdalhas” afirmando que nunca precisou se vitimizar e que suas conquistas pessoais vieram por sua competência.

2 As publicações mais compartilhadas da página oficial de Bolsonaro

Investigamos também a página oficial de Bolsonaro para verificar se os compartilhamentos a partir dela geram um padrão destoante em relação às páginas apoiadoras. A página oficial do Bolsonaro produziu 191 publicações nos 40 dias de campanha. Essas publicações geraram 3,6 milhões de compartilhamentos. A grande maioria dos compartilhamentos (86% ou 3,1 milhões) se concentram nas 100 publicações mais compartilhadas que analisamos abaixo.

Tema	Compartilhamentos	Porcentagem
Urna Eletrônica	348 mil	11%
Sexualização da infância	318 mil	10%
Feminismo/Mulheres	193 mil	6%
Antipetismo/Antipartidos	123 mil	4%
Desburocratização	89 mil	3%
Anti-Globo/Antimídia	66 mil	2%
Corrupção	54 mil	2%
Segurança/Punição a criminosos	50 mil	2%
Armamento	24 mil	1%

Tabela 2: Publicações temáticas da página oficial

A maior parte dos compartilhamentos (61%) foram de publicações com manifestações de apoio ao candidato, sobre sua recuperação depois do atentado ou com simples propaganda de campanha. A publicação mais compartilhada foi o primeiro vídeo do candidato após o atentado no qual Bolsonaro lança suspeitas sobre a confiabilidade da urna eletrônica.

Assim como nas páginas de apoio à campanha, publicações sobre o antipetismo e publicações sobre mulheres e feminismo se destacaram pelo alto número de compartilhamentos. A principal diferença entre a página do candidato e as páginas de apoio está no tema da sexualização da infância que na página do candidato é o tema mais compartilhado (supondo que o vídeo sobre a urna eletrônica foi mais compartilhado por ser a primeira manifestação do candidato após o atentado).

2.1 Sexualização da Infância

Três publicações sobre esse tema somaram mais de 300 mil compartilhamentos. Duas delas são sobre um livro de orientação sexual que o candidato não pode mostrar em sua entrevista para o Jornal Nacional. A terceira publicação compara o episódio em que Bolsonaro induziu uma criança de colo a fazer um gesto como se ela estivesse apontando uma arma com o episódio em que uma mulher levou seu filho para uma exposição artística em que havia um homem nu.